

中国数字音乐消费研究报告

2018年





在全球音乐产业持续增长，中国文娱产业进入黄金期的大背景下，**中国音乐产业不断发展**，并且有很大空间，其中**数字音乐**成为引领中国音乐产业发展的主要引擎。



借**内容付费**东风，中国数字音乐商业化能力提升，目前付费产品主要包括音乐流量包、音乐平台会员、数字专辑或单曲、线上线下演唱会/live house票务售卖、直播打赏与虚拟礼物购买、音乐周边等。其中**数字专辑**成为主要增长点。



中国数字音乐付费习惯已经形成，数字音乐消费者更常使用购买会员和数字专辑的方式进行消费，更加注重音乐内容品质，更能接受个性化的**独立音乐和国际化音乐**，并且热衷**音乐社交**。



中国数字音乐消费者群体**年轻化、高端化**，以90后居多，**消费能力强**，注重个人兴趣培养，热衷**社交和旅行**，追求时尚和创新，同时**消费观念超前**，注重精神和情感价值。



未来**音乐人**地位不断提升，**精准分发**日趋重要；数字音乐的应用将贯穿各种**娱乐消费场景**；音乐也将成为**IP孵化**的一种主要内容源。

中国数字音乐产业发展现状

1

中国数字音乐消费者行为偏好分析

2

中国数字音乐消费者特征分析

3

中国数字音乐发展未来趋势与展望

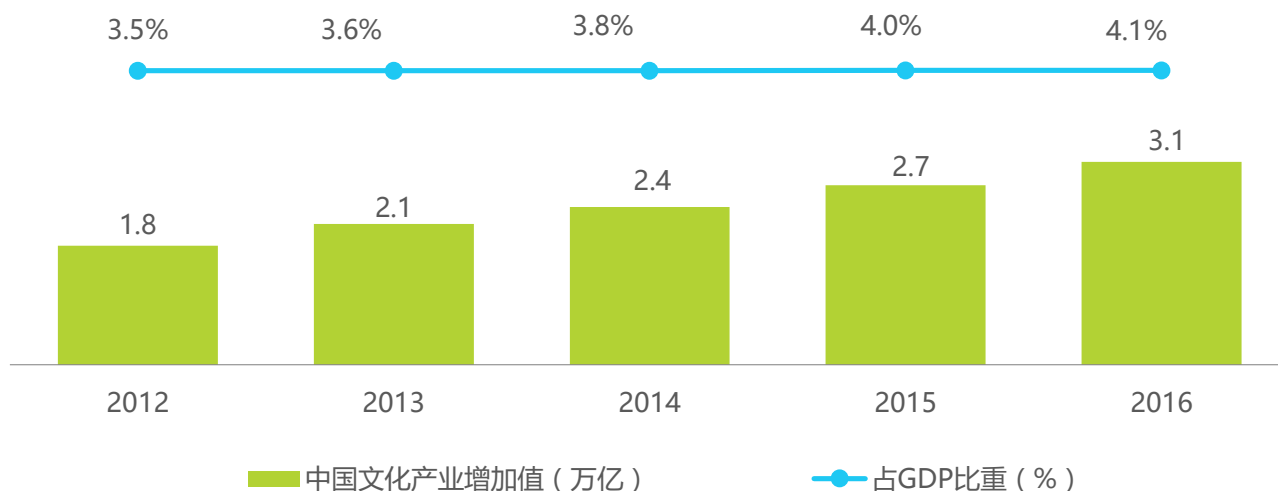
4

中国音乐产业发展背景

文娱产业进入黄金期，带动整体音乐产业发展

从中国文娱产业的发展趋势来看，2013年开始，中国文娱产业开始快速发展。根据国家统计局显示，中国文化产业增加值2013年达到2.1万亿元，增速达到18%以上，在2015年达到2.72万亿元，2016年突破3万亿元。根据国家相关规划，2020年中国文化产业成为国民经济支柱性产业，如此推算，2020年中国文化产业的规模将超过5万亿。作为在多种文娱内容和产品中都有所体现的音乐产业，随着文娱产业的黄金时代的到来，也将进入新的成长阶段。

2012-2016年中国文化产业增加值及占GDP比重



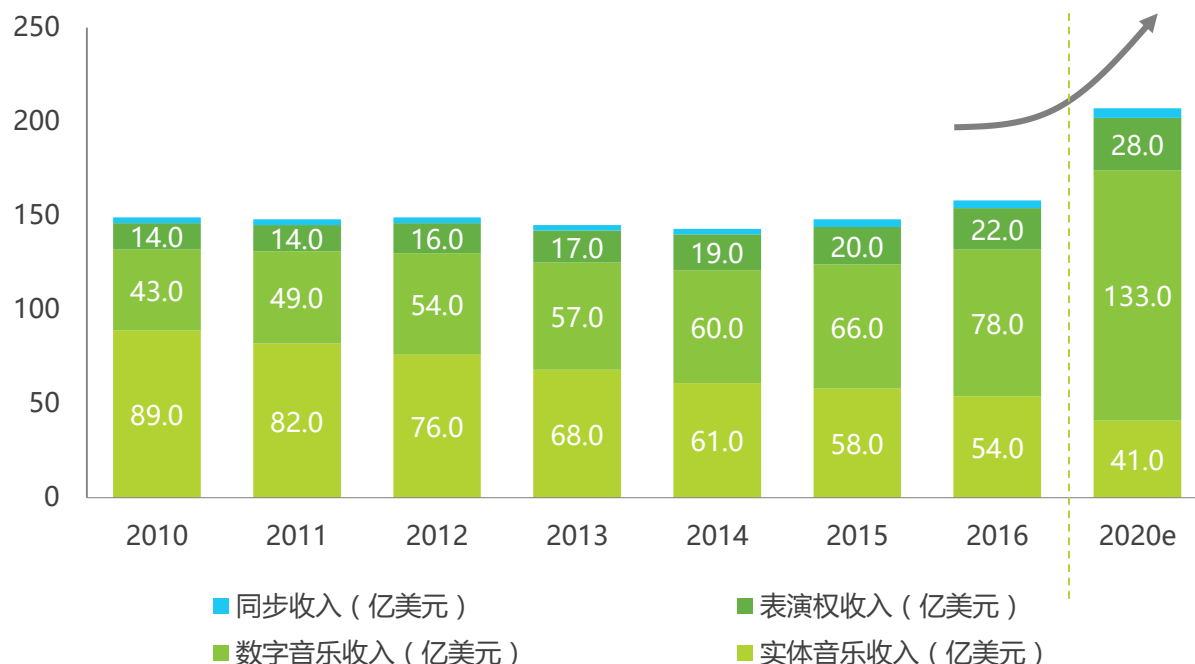
来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国音乐产业发展背景

全球音乐产业持续增长，中国音乐产业仍具有较大发展空间

根据国际唱片协会数据显示，全球音乐产业经历了2013-2015的低谷期后，正逐渐突破瓶颈期。实体唱片规模的下降被数字音乐收入的快速增长所弥补，并体现出了更广阔的潜力空间。从全球音乐地域来看，国际唱片协会报告中也表明，中国被认为是下一个机遇市场，有可能与世界上最大的音乐市场比肩。2016年录制音乐在中国收入增长20.3%，流媒体上升了30.6%。

2010-2016&2020年全球数字音乐行业收入规模及预测



中国音乐行业收入增速达到**20.3%**，远高于全球音乐产业增速5.9%

中国音乐行业规模在2016年排名全球第12位，高于2015年的第14位。

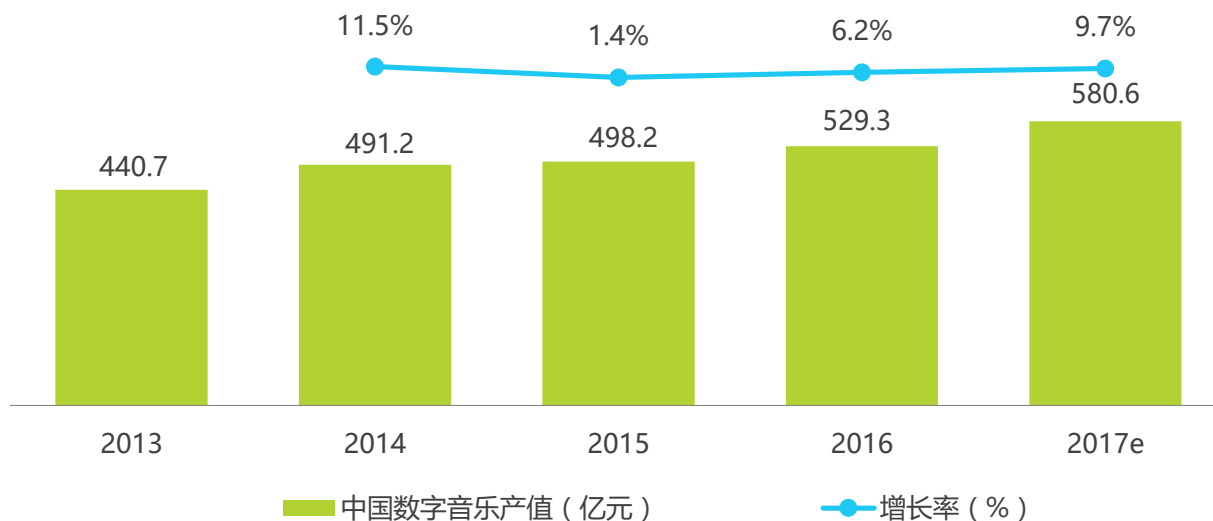
来源：2010-2016年数据来自IFPI（国际唱片业协会），2020年数据根据艾瑞咨询估算模型推算。

中国音乐产业发展背景

数字音乐成为引领中国音乐产业发展的主要引擎

从全球市场来看，数字音乐占到了录制音乐总收入的50%，流媒体收入成为主要增长点。聚焦中国市场，中国数字音乐产值在2016年达到529.3亿元，同比增速6.2%，占中国音乐产业核心层产值的75%以上，预计在2017年将获得近10%的同比增速。中国数字音乐产业经历了免费时代、盗版横行时代，终于迎来了相对规范的版权时代，数字音乐在2016年的增速也开始回归至快速增长水平。在市场商业模式多元化的作用下，用户付费、广告、直播、音乐周边产品销售等收入模式将共同促进市场继续保持快速增长。

2012-2017年中国数字音乐产值及预测



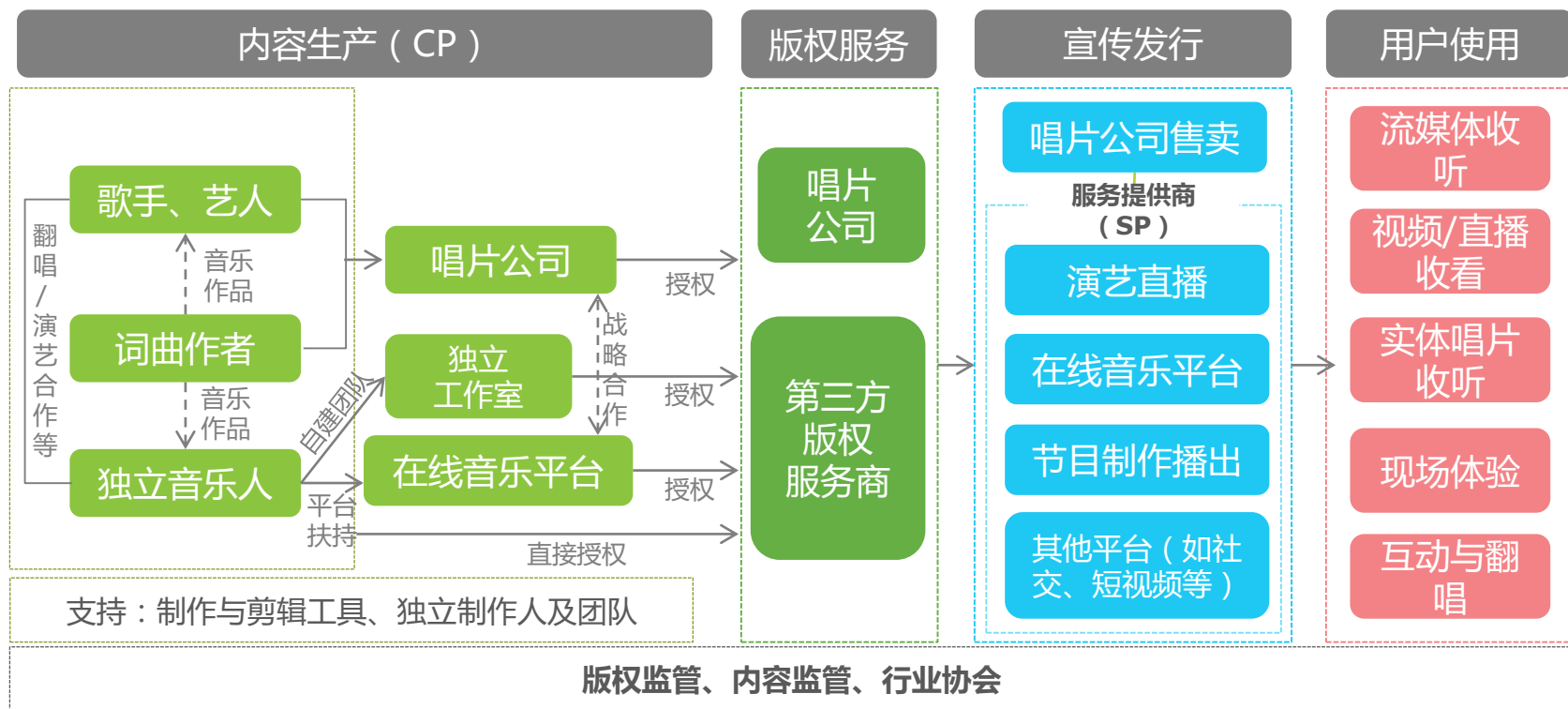
来源：2013-2016年数据来自自由中国音像与数字出版协会音乐产业促进工作委员会组织编写的《2017年中国音乐产业发展报告》。

中国音乐产业发展现状

中国音乐产业链：互联网模式下，各环节间竞合关系加剧

在互联网扁平化的影响下，中国音乐产业链也呈现出了相互交叉的网状态势。这一趋势对于内容生产环节的改造最为明显。1) 音乐人及音乐作品可以通过多种方式进行创作和制作，内容方形态更加分散，各角色之间均存在一定的协同关系和竞争关系；2) 版权方与各环节的关系更加明晰，地位凸显；3) 服务提供商之间的联动也不断加强，多方效应提升音乐内容的传播效果和力度；4) 纵向来看，唱片公司、音乐平台等环节均在向产业链上下游进行布局和延伸。

2017年中国互联网模式下的音乐产业链



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

中国音乐产业商业模式分析

借内容付费东风，中国数字音乐商业化能力提升

近两年，网民对于内容获取效率和内容质量方面的需求不断提高，催生了内容付费模式的不断成熟，在此大趋势的推动下，娱乐相关内容的付费习惯逐渐养成。从文学到影视剧再到音乐音频，用户对于内容本身的价值认可度不断提高，版权意识提升，为了自己喜爱的内容服务或基于粉丝效应下的支持或打赏，逐渐被越来越多的网民所接受。基于此，中国音乐产业商业模式也得到了进一步拓展，内容变现能力提升，也推动了音乐产业的突破与创新，进入新的发展期。

2017年中国音乐产业商业模式分析



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21310

